

# CUP-O-NOMICS



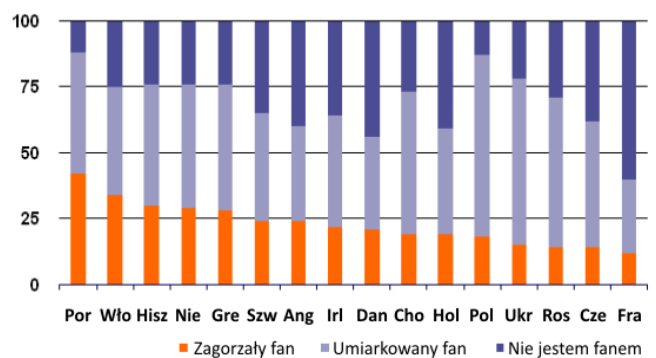
## Wyniki badania ING Cup-o-nomics

Gdzie europejska gorączka piłkarska osiąga apogeum? Ile zdaniem kibiców wart jest tytuł mistrzowski? Na jakie poświęcenia są gotowi dla swojej ukochanej drużyny? W przededniu Mistrzostw Europy ING przeprowadziło badanie dotyczące postrzegania piłki nożnej w 16 krajach, które zakwalifikowały się do tegorocznych finałów. Przyjrzyliśmy się mieszkańcom krajów biorących udział w rozgrywkach, aby sprawdzić, którzy kibice najbardziej emocjonalnie podchodzi do wygranej. Z badania wynika, że polscy kibice bardzo emocjonują się mistrzostwami i są w stanie wiele poświęcić dla kibicowania reprezentacji. Plasuje nas to na szczycie listy fanów piłki nożnej na Starym Kontynencie. Większość Europejczyków marzy o finale między Hiszpanią a Niemcami.

### Europa: piłkarskie centrum świata

Europa może tracić swoją pozycję gospodarczą na świecie – w tym roku strefa euro widocznie zwalnia, podczas gdy gospodarki takich krajów jak USA, Chiny, Japonia, Australia, Brazylia i Argentyna rosną – ale w kwestii piłki nożnej, Stary Kontynent jest wciąż centrum świata. Siedem z dziesięciu krajów z czołówki rankingu światowego FIFA to kraje europejskie – i wszystkie one zakwalifikowały się do finałów Mistrzostw Europy. Szesnaście państw biorących udział w mistrzostwach to ojczyzny szerokich rzesz fanów piłki nożnej. Siedmiu z dziesięciu (69%) mieszkańców tych krajów lubi piłkę nożną, jedna czwarta (23%) mówi o sobie, że są jej miłośnikami, a 46% jest nieco mniej zagorzałymi fanami. Tylko (31%) nie uważa się za fanów piłki nożnej.

Kibice w poszczególnych krajach  
Fani piłki nożnej jako odsetek ludności

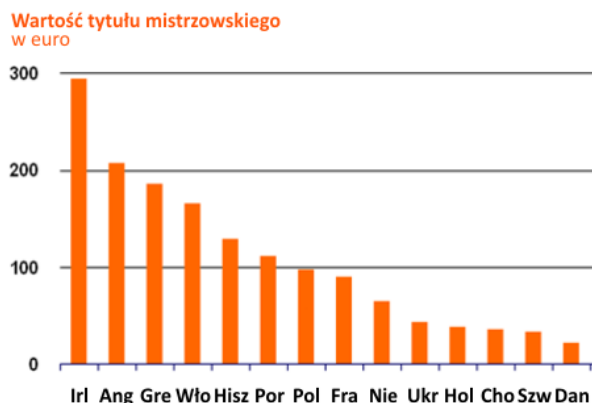


### Europejczycy z Południa to najwięksi fani

Największych miłośników tej pięknej gry można znaleźć na południu Europy. Czterech na dziesięciu Portugalczyków (42%) twierdzi, że są zagorzałymi fanami piłki nożnej. Następni są Włosi (34%) i Hiszpanie (30%). Niemcy (29%) i Grecy (28%) także plasują się ponad średnią. Mimo iż geograficznie Niemcy nie należą do Południowców, jeśli chodzi o piłko-manię są prawdziwymi członkami „Klubu Śródziemnomorskiego”. Na kolejnych pozycjach w rankingu zagorzałych fanów znajdziemy Anglię (24%), Szwecję (24%), Irlandię (22%), Danię (21%), Chorwację (19%), Holandię (19%) i **Polskę (18%)**.

**Co ciekawe, jeżeli weźmiemy pod uwagę zarówno zagorzałych, jak i umiarkowanych fanów piłki, to najwięcej kibiców footballu ze wszystkich badanych krajów jest w Portugalii (88%) i Polsce (87%).** Im dalej na wschód, tym bardziej stygnie zapał: na Ukrainie i w Rosji tylko jedna na siedem osób (14%) mówi o sobie, że jest prawdziwym kibicem piłki nożnej. W ogonie znalazły się Czechy i Francja. Mimo iż wiele państw może zazdrościć Francji rekordu: mistrzostwo świata i dwukrotne mistrzostwo Europy, piłka nie sprawia, że krew w żyłach Francuzów popłyynie szybciej. Francja to jedyny kraj, gdzie większość osób (60%) mówi, że nie

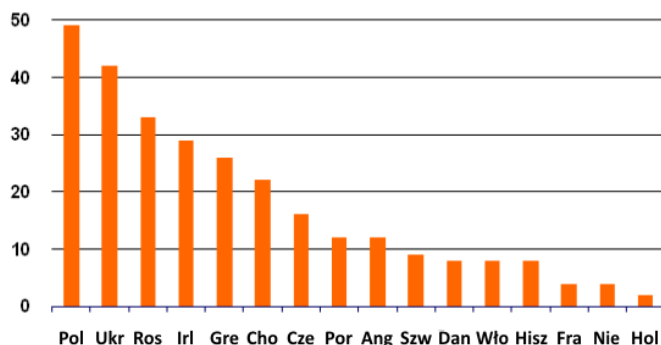
lubią piłki nożnej. Tylko jedna osoba na osiem (12%) twierdzi, że jest kibicem.



### Ile warta jest wygrana?

Bycie fanem piłki nożnej to jedna sprawa. Ile jest się gotowym wydać na ulubioną drużynę - to druga. Z ekonomicznego punktu widzenia istnieje wiele sposobów na zmierzenie tej fascynacji. Ile pieniędzy albo ile dni urlopu ludzie są w stanie poświęcić na przykład na to, aby zobaczyć swoją drużynę zdobywającą mistrzostwo? Mieszkańcy krajów biorących udział w tegorocznych Mistrzostwach Europy gotowi są zapłacić średnio 98 EUR na osobę, aby zobaczyć puchar tegorocznych mistrzostw w rękach graczy swojej reprezentacji (33% gotowe jest zapłacić realnie średnio 297 EUR). Największymi fanatykami są mieszkańcy Irlandii i Anglii. Dla przeciętnego Irlandczyka tytuł EURO 2012 wart jest 295 EUR, dla przeciętnego Anglika – 207 EUR. Europejczycy z południowej części kontynentu także mają szczególną sympatię dla tytułu: największą Grecy (187 EUR), za nimi Włosi (167 EUR), Hiszpanie (130 EUR) i Portugalczycy (112 EUR). **Polacy plasują się dokładnie na poziomie średniej europejskiej, czyli chcą wydać 98 EUR.** Drugi gospodarz mistrzostw, Ukraina (43 EUR) plasuje się wyżej niż inne kraje Europy Środkowo-Wschodniej: Chorwacja (37 EUR), Rosja (22 EUR) i na samym końcu ligi – Czechy (14 EUR). Mimo iż we Francji odsetek fanów piłki nożnej jest najniższy, wynik tego kraju – 91 EUR – jest bliski średniej europejskiej. Z kolei kraje północnoeuropejskie wypadają poniżej średniej: Niemcy (65 EUR), Holandia (39 EUR 39), Szwecja (34 EUR 34) i Dania (23 EUR).

**Poświęcenie 1% rocznych dochodów w zamian za tytuł odsetek ludności**



### 1% siły nabywczej w ofercie

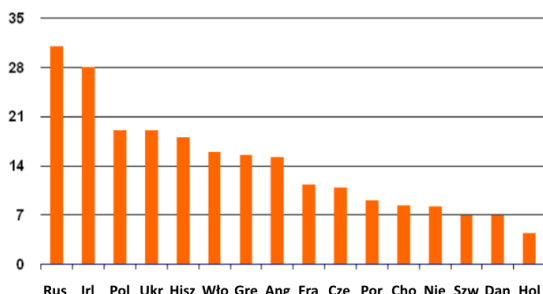
Pieniądz nie wszędzie jest wart tyle samo. Za to samo euro w Portugalii można kupić o jedną czwartą więcej niż w Irlandii. A za jedno euro w Polsce można kupić 2,5-krotnie więcej niż w Danii. Suma wydana w euro nie oznacza w każdym kraju takiego samego poświęcenia. Dlatego też zapytaliśmy respondentów, czy byliby w stanie oddać 1% swoich rocznych dochodów w zamian za tytuł dla swojej drużyny. W ten sposób można było porównać względne poświęcenie, niezależnie od poziomu zarobków. **Z badania ING wynika, że najbardziej gotowi do zapłacenia 1% swojego rocznego dochodu za zwycięstwo swojej reprezentacji są Polacy. Połowa (49%) z nich oddałaby tę część swoich dochodów w zamian za chwałę zwycięstwa,** podobnie jak czterech na dziesięciu (42%) Ukraińców i jeden na trzech (33%) Rosjan. Dół rankingu zamykają Niemcy i Francuzi (po 4%) oraz Holendrzy (2%). Nawet Grecy (26%) i Irlandczycy (29%), tak mocno dotknięci kryzysem gospodarczym, są gotowi oddać 1% dodatkowej siły nabywczej w skali całego roku za możliwość dzierżenia w swych dłoniach pucharu i zdobycia tytułu mistrzów.

### Urlop dla szczytnej sprawy

Ludzie są jeszcze bardziej skłonni do poświęceń dla mistrzostwa, jeśli zamiast pieniędzy poświęcić mają dni wolne. Prawie połowa (45%) Europejczyków jest na to gotowa, a średnio za tytuł oddaliby siedem dni swojego urlopu. W tej kategorii prym wiodą mieszkańcy wschodniej części Europy. Około 84% Ukraińców byłoby w stanie oddać średnio 12 wolnych dni. **Trzy czwarte (75%) Polaków oddałoby średnio dziewięć dni urlopu za zwycięstwo swojej drużyny narodowej.** Trzy czwarte Rosjan (74%) byłoby nawet w stanie poświęcić

jedenastu dni. Holandia i Francja domykają listę: jeden na pięciu Francuzów (19%) jest gotowy poświęcić cztery dni, a jeden na siedmiu (14%) holenderskich pracowników oddałby średnio trzy dni.

Pieniądze wydawane na akcesoria w euro na osobę



### 14 euro zainwestowane w akcesoria

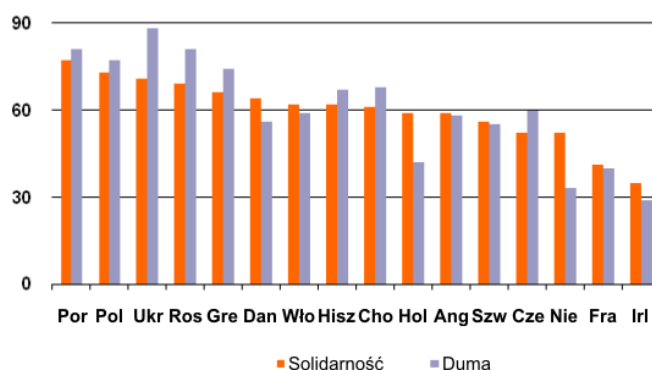
Ile wysupła z kieszeni fan, aby dopingować reprezentację w barwach narodowych? Przeciętny Europejczyk inwestuje 14 EUR w czapeczki, szaliki lub koszulki. Rosjanie (30 EUR) i Irlandczycy (28 EUR) wydają dwa razy tyle. Na następnym miejscu w rankingu plasują się kraje gospodarze – **Polacy i Ukraińcy wydadzą równowartość 19 EUR na akcesoria związane z mistrzostwami i ich drużyną narodową.** Broniący tytułu Hiszpanie poświęcą na nie 18 EUR. Włosi (16 EUR), Grecy (16 EUR) i Anglicy (15 EUR) znajdują się tuż nad średnią. Znacznie mniej wydają Europejczycy z Północy: Niemcy (8 EUR), Szwedzi (7 EUR), Duńczycy (7 EUR), a najmniej ze wszystkich - Holendrzy (4 EUR).

### Wolne na mistrzostwa

Mistrzostwa nie pozostały niezauważone przez europejskich pracodawców. Jeden na 10 europejskich pracowników weźmie co najmniej kilka wolnych godzin – średnio 28 – w czasie rozgrywek. Na szczycie rankingu znajduje się Ukraina – jedna czwarta tamtejszych zatrudnionych planuje wziąć średnio 39 godzin wolnego. Oprócz entuzjazmu wynikającego z bycia gospodarzem mistrzostw, znaczącą rolę może odgrywać tu różnica czasu – wiele meczów zaczyna się dopiero o 21:45 czasu lokalnego, co oznacza, że noc może się wydłużyć i trzeba będzie dłużej pospać. Dla Rosjan to co najmniej godzina później, więc dla kibiców od Jekaterynburga po Władywostok oznacza to późne kładzenie się spać. 18% pracujących, którzy planują wziąć wolne, jest zdania, że nie będzie ich w pracy przez 43 godziny. W znaczący sposób kontrastuje to z krajami takimi jak Dania (3% Duńczyków bierze 21 godzin wolnego) i Francja (4% Francuzów bierze 16 godzin wolnego).

### Piłka nożna jako źródło szczęścia

% respondentów, którzy czują silniejsze poczucie solidarności i dumy



### Piłka nożna inspiruje dumę i solidarność

Piłka nożna w Europie to nie tylko poświęcanie pieniędzy i czasu. Ta wspaniała gra jest także źródłem wielu pozytywnych emocji – jeśli wszystko pójdzie dobrze. Sześciu na dziesięciu (61%) Europejczyków czuje dumę, gdy wygrywa ich drużyna narodowa. A 60% dostrzega w swoim kraju większą solidarność. Największe poczucie dumy wywołują wyniki meczów piłki nożnej na Ukrainie (88%), w Rosji (81%), Portugalii (81%), **Dumą ze zwycięstw swojej reprezentacji czuje trzy czwarte Polaków (77%) i Greków (74%).** Irlandczycy (29%), Niemcy (33%), Francuzi (40%) i Holendrzy (42%) mniej dają ponieść się dumie. Podobnie wygląda sytuacja w kwestii solidarności. **Sukces na boisku jednoczy najbardziej Portugalczyków (77%), Polaków (73%), Ukraińców (71%) i Rosjan (69%),** a w znacznie mniejszym stopniu Irlandczyków (35%) i Francuzów (41%). W prawie wszystkich krajach istnieje silne powiązanie pomiędzy dumą a solidarnością. Są jednak zaskakujące wyjątki. Na Ukrainie i w Rosji duma rośnie w sercach bardziej niż poczucie solidarności. A w Niemczech i Holandii dobre wyniki meczy nie są źródłem dumy – ale jednoczą ludzi.

### Piłka nożna czy olimpiada?

Na horyzoncie tego lata maluje się jeszcze jedno ważne wydarzenie sportowe: igrzyska olimpijskie. Oznacza to, że możemy zmierzyć relatywne zainteresowanie piłką nożną wśród mieszkańców krajów uczestników. **Co piąty (20%) Europejczyk jest zdania, że tegoroczne mistrzostwa starego kontynentu w piłce nożnej są ważniejsze niż olimpiada. Odsetek ten jest znacznie wyższy w Polsce (29%), Niemczech (27%) i Irlandii (25%).** Tylko nieliczni Grecy (9%) oceniają młodą dyscyplinę, jaką jest piłka nożna, wyżej niż olimpiadę, której korzenie sięgają czasów starożytnych.

W Anglii, gdzie narodziła się piłka nożna i gdzie również odbywać będą się tegoroczne letnie igrzyska olimpijskie, opinie nie są aż tak znacząco różne. Co piąty (20%) Anglik zdecydowanie bardziej woli mistrzostwa, co plasuje go na równi ze średnią europejską.

### Pożądany tytuł

Większość Europejczyków ma nadzieję, że ich kraj zdobędzie tytuł mistrzowski. Średnio jednak największy odsetek (15%) dopinguje obecnym mistrzom Europy i świata – Hiszpanii. Następni w rankingu faworytów są Niemcy (10%), Anglia (9%), Włochy (8%) i Holandia (7%). Zaskakuje fakt, że w niektórych krajach mniej niż połowa mieszkańców chce, aby wygrała ich drużyna. Takiego zdania są Chorwaci (44%), Czesi (45%), Grecy (38%) i **Polacy (43%)**. W tych krajach niezmiennym „drugim faworytem” jest Hiszpania. Niemcy mają znaczący odsetek fanów w Grecji (8%), Czechach (11%), Chorwacji (12%) i **Polsce (13%)**.

### Faworyt:

Większość Europejczyków jest zdania, że największe szanse na tytuł ma Hiszpania. Jedna trzecia (32%) oczekuje, że Hiszpanie zachowają tytuł mistrzów. Co piąty Europejczyk (20%) sądzi, że Niemcy popsują Hiszpanom szyki. Ale to Hiszpanie mają największą ufność we własne siły - 90% uważa, że puchar trafi do nich. W Niemczech 60% obywateli spodziewa się triumfu swojej reprezentacji. Najmniej we własną drużynę wierzą Polacy (8%).

### Finał marzeń: Hiszpania kontra Niemcy

Starcie Niemcy – Hiszpania byłoby wymarzonym finałem dla największej liczby Europejczyków (9%). Byłaby to powtórka z ostatnich finałów mistrzostw Europy. Finał pomiędzy Anglią a jednym z tych dwóch tytanów także cieszyłby się popularnością: 6% Europejczyków z chęcią obejrzałoby jak angielskie „Trzy Lwy” rozkładają na łopatki niemiecką Mannschaft, a 5% wolałoby zobaczyć pojedynek Lwów z La Selección.

### Rywalizacja z sąsiadami

W krajach europejskich biorących udział w rozgrywkach największą popularnością cieszyłby się finał pomiędzy potęgami piłkarskimi lub mecz z sąsiadami. Niekwestionowanym faworytem w Irlandii jest konfrontacja z Anglią (33%). Mimo iż Anglicy najchętniej zagrałiby przeciwko Niemcom (30%) lub Hiszpanii (14%), jeden na dziesięciu (9%) Anglików wciąż najchętniej obejrzałby starcie z Chłopcami z Zielonej Wyspy. Szwedzi (23%) najchętniej zagrałiby w finale z Danią. Duńczycy z największą radością wyszliby na murawę zagrać ze swoimi południowymi sąsiadami (16%), ale ściśle skandynawski finał plasuje się na drugim miejscu (15%) ich listy preferencji finałowych. W przypadku dojścia do finału Ukraińcy najchętniej stawiliby czoła Rosji (7%). Ale nie jest to uczucie odwzajemnione - Rosjanie woleliby zagrać z Hiszpanią, Anglią lub Niemcami (po 10%). Zaobserwowano także, że pomiędzy krajami gospodarzami poziom rywalizacji jest bardzo niski. Tylko nieliczni Polacy (3%) i Ukraińcy (2%) marzą o zmieszczeniu sąsiadów z powierzchni boiska w Kijowie.

### Zakładamy się, że Hiszpania nie wygra?

Bukmacherzy i klienci internetowych zakładów sportowych także mają wysokie oczekiwania w stosunku do Hiszpanii i Niemiec. Według notowań z początku maja szanse Hiszpanii na wygranie mistrzostw wynosiły 26%. Niemcy plasowały się tuż za nią, z wynikiem 23%. Szanse Holandii oceniano na 13%, Anglii 8%, a Francji 7%. Notowania bukmacherów pokazują po raz kolejny, jak trudno jest przewidzieć zwycięzcę. Hiszpania może i jest faworytem, ale według najbardziej obiektywnej miary, jaka jest nam obecnie dostępna – notowań z zakładów – wciąż jest 74% szans, że Hiszpania nie wygra. A to trzy razy wyższe prawdopodobieństwo niż to, że wygrają. Przecież piłka może potoczyć się w każdą stronę...

## Piłkarska pasja w Europie

Ranking	Kibice - % zagorzali fani	Wartość tytułu (EUR)	Poświęcony urlop (dni)	Poświęcenie 1% dochodów (%)	Akcesoria kibica (EUR)	Wolne dni	Duma %
1	Por (42%)	Irl (295 EUR)	Ukr (10,2)	Pol (49%)	Ros (31 EUR)	Ukr (9,3)	Ukr (88%)
2	Włó (34%)	Ang (207 EUR)	Ros (7,9)	Ukr (42%)	Irl (28 EUR)	Ros (7,8)	Por (81%)
3	Hisz(30%)	Gre (187 EUR)	Pol (6,8)	Ros (33%)	Pol (19 EUR)	Irl (4,4)	Ros (81%)
4	Nie (29%)	Włó (167)	Gre (4,8)	Irl (29%)	Ukr (19 EUR)	Pol (4,3)	Pol (77%)
5	Gre (28%)	His (130 EUR)	Cho (4,6)	Gre (26%)	His (18 EUR)	Ang (2,7)	Gre (74%)
6	Szw (24%)	Por (11 EUR)	Irl (4,3)	Cho (22%)	Włó (16 EUR)	Cho (2,5)	Cho (68%)
7	Ang (24%)	Pol (98 EUR)	Cze (3,5)	Cze (16%)	Gre (16 EUR)	His (1,9)	His (67%)
8	Irl (22%)	Fra (91 EUR)	Por (2,9)	Por (12%)	Ang (15 EUR)	Gre (1,7)	Cze (60%)
9	Dan (21%)	Nie (65 EUR)	Włó (1,9)	Ang (12%)	Fra (11 EUR)	Cze (1,6)	Włó (59%)
10	Hol (19%)	Ukr (43 EUR)	Ang (1,9)	Szw (9%)	Cze (11 EUR)	Nie (1,3)	Ang (58%)
11	Cho (19%)	Hol (39 EUR)	His (1,9)	Dan (8%)	Por (9 EUR)	Szw (1,1)	Dan (56%)
12	Pol (18%)	Cho (37 EUR)	Szw (1,9)	Włó (8%)	Cho (8 EUR)	Włó (1,)	Szw (55%)
13	Ukr (15%)	Szw (34 EUR)	Dan (1,3)	His (8%)	Nie (8 EUR)	Hol (0,8)	Hol (42%)
14	Cze (14%)	Dan (23 EUR)	Nie (1,2)	Fra (4%)	Szw (7 EUR)	Fra (0,6)	Fra (40%)
15	Ros (14%)	Ros (22 EUR)	Fra (0,8)	Nie (4%)	Dan (7 EUR)	Dan (0,6)	Nie (33%)
16	Fra (12%)	Cze (14 EUR)	Hol (0,5)	Hol (2%)	Hol (4 EUR)	Por (0,5)	Irl (29%)

### Oświadczenie

Niniejsze badanie postaw konsumenckich oraz zachowań związanych z piłką nożną w krajach biorących udział w tegorocznych finałach Mistrzostw Europy w piłce nożnej zostało przeprowadzone przez TNS Nipo na zlecenie ING. W Holandii przeprowadzone zostało badanie online obejmujące 1 043 respondentów, którzy byli reprezentatywną grupą społeczeństwa pod względem wieku, płci i dochodów. W pozostałych krajach w badaniu online udział wzięło co najmniej 1 000 mieszkańców stanowiących reprezentatywną grupę społeczeństwa pod względem wieku, płci i dochodów.